

ANALISIS DAN PENGEMBANGAN E-MARKETING BERBASIS WEB PADA PT TATALOGAM LESTARI

Juniardi – 1200991050

ABSTRAK

PT Tatalogam Lestari merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri genteng metal. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kondisi dari *e-marketing* yang telah dijalankan oleh PT Tatalogam Lestari. Dengan mengetahui kondisi *e-marketing* yang sedang berjalan maka akan dilakukan pengembangan *e-marketing* berbasis *web* yang sesuai pada PT Tatalogam Lestari. Untuk mendukung penelitian, maka di dalam penelitian ini menggunakan analisis Porter untuk melihat kondisi lingkungan bisnis dari perusahaan dan menggabungkan 2 metode analisis , yaitu : ⁽¹⁾*Seven Stages of Internet Marketing* yang digunakan untuk analisis kebutuhan terhadap pihak perusahaan dan pelanggan untuk melihat peluang bisnis yang ada serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan perusahaan. ⁽²⁾*Quality Function Deployment* (QFD) yang digunakan untuk mendesain pengalaman pelanggan guna mendapatkan kebutuhan pelanggan yang harus di prioritaskan dan mengetahui pengembangan *website* seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini dilakukan pengukuran tingkat kepentingan dari setiap aspek pada *website* serta melakukan perbandingan diantara *website* PT Tatalogam Lestari dengan *website* pesaing. Dari hasil analisis kebutuhan ini maka akan dirancang sebuah *website e-marketing* yang dikembangkan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : *E-Marketing, Website, Seven Stages of Internet Marketing, Quality Function Deployment*